

QU'EST CE QU'UN CAHIER DES CHARGES ?

Un cahier des charges est un document en deux parties qui vous aidera à mieux définir votre projet et qui aidera votre agence web à bien le comprendre.

C'est à vous de fournir la première partie car elle reprendra les informations dont votre agence web aura besoin afin de bien cerner votre entreprise, son activité, son esprit et surtout bien comprendre l'objectif, l'étendue et les enjeux de votre projet.

La deuxième partie sera la proposition de votre agence web après étude de la première partie. Elle reprendra une liste des différentes composantes nécessaires à la réalisation de votre projet (ainsi que leur coût) et vous permettra ainsi de réaliser toutes les étapes requises pour sa réalisation (devis détaillé).

CONTENU DU CAHIER DES CHARGES POUR VOTRE SITE WEB

DÉFINIR LE TYPE DE SITE INTERNET EN FONCTION DE VOS OBJECTIFS !

Si vous souhaitez augmenter votre notoriété et présence en ligne, un site vitrine vous comblera. Si vous souhaitez créer un site d'échange, d'information et /ou de communication, vous vous dirigez plutôt vers un site ONE PAGE.

La création d'un site internet DOIT correspondre à vos besoins.

BIEN CERNER LE PUBLIC CIBLÉ

On parle aux gens sur internet comme on parle aux gens dans la vie et on adapte le fond et la forme en fonction de son interlocuteur. Lorsque vous vous adressez à un public d'ingénieurs, aux membres d'un club de créateurs de mode ou aux passionnés de sports extrêmes, vous adaptez votre vocabulaire, vos sujets et vos codes visuels mais également toute la structure et le contenu de votre site car les besoins ne sont pas les mêmes.

LANGUES

Les visiteurs de votre site internet apprécieront de pouvoir y naviguer dans leur langue maternelle. Mais chaque langue supplémentaire implique une masse de travail (donc de coût) supplémentaire tant à la création du site que lors de ses mises à jour. D'où l'importance de bien cibler votre public !

DÉFINIR LE DESIGN QUE VOUS ATTENDEZ

Si vous avez déjà une idée de ce que vous aimez ou n'aimez pas, c'est maintenant qu'il faut en parler. Idéalement, si vous pouvez fournir des exemples de sites existants, l'agence web aura déjà des repères pour commencer à travailler sur votre projet.

LE CONTENU QUE VOUS ALLEZ INTÉGRER ET LA PERSONNE QUI VA LE GÉRER

C'est la matière que vous allez fournir à vos visiteurs. Ça doit être à la fois intéressant pour votre public cible mais également répondre aux normes des moteurs de recherche. C'est un travail perpétuel qui requiert un investissement en temps. Un site qui n'est pas « nourri » régulièrement se meurt lentement, ignoré et solitaire... d'où la nécessité de décider dès le départ qui va s'en occuper et avec quoi il sera alimenté.

L'ARBORESCENCE

La structure, les menus que vous désirez voir apparaître lors de la création de votre site internet et la manière dont les pages renvoient de l'une à l'autre, toute l'organisation de cette information figure dans l'arborescence de votre site, laquelle servira de colonne vertébrale sur laquelle va se greffer le contenu.

OPTIMISER LE RÉFÉRENCEMENT

Optimiser le quoi ? Gardez à l'esprit que les visiteurs de votre site internet seront d'une part les personnes que vous inviterez (et cette part sera limitée à votre carnet d'adresse) et d'autre part les visiteurs qui vous trouveront dans les moteurs de recherche. Et c'est là qu'on réalise l'importance de l'optimisation du référencement ou l'adaptation de votre site pour qu'il soit bien visible sur les moteurs de recherche.

L'ÉTUDE DES STATISTIQUES (OUTILS D'ANALYSE DU TRAFIC DE VOTRE SITE)

L'étude des statistiques de votre site vous permet de mieux cerner votre clientèle type (origine géographique, langue, horaires de visite, etc.), de savoir quelles sont les pages les plus visitées de votre site ainsi que les moins visitées), de voir quelles sont les campagnes de communication les plus efficaces et dans tous les cas d'adapter le tir par rapport aux résultats. C'est une activité que vous pouvez exercer vous-mêmes mais c'est aussi un service que peut vous proposer votre agence web.

L'HÉBERGEMENT ET LE NOM DE DOMAINE

Une agence web à Bruxelles, à New-York ou à Singapour ont ceci en commun : ils peuvent créer un site internet global, accessible du monde entier. Mais ils doivent ancrer ce site sur un ordinateur physique, un serveur qui sera relié à internet. Il ne vous manquera plus qu'un « Nom de domaine » ou une adresse virtuelle pour trouver votre site (par exemple <http://dapiweb.com>) sur un navigateur web.

LES DÉLAIS

Pour un projet d'une certaine envergure, il est préférable de se mettre d'accord sur des « délais de livraison » intermédiaires pour pouvoir suivre la progression du projet par étape.

LE BUDGET

Il est important que vous sachiez d'avance quel budget vous souhaitez /pouvez consacrer à votre projet de création de site web. Il n'est pas nécessaire de le quantifier exactement mais au moins vous connaîtrez votre marge de manœuvres si vous deviez être confronté à des choix cornéliens.

LES LIVRABLES

On appelle livrables les engagements que l'agence web est tenue de délivrer pendant et après la réalisation du site : respect des délais, codes, mots de passe, documents administratifs, etc.

LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Il s'agit d'un droit de propriété sur la création mise en œuvre pour l'élaboration du site. Soit l'agence web conserve les droits sur le travail réalisé, et ça peut éventuellement poser un problème si vous changez de prestataire soit vous rachetez ces droits à l'agence, ce qui vous confère une totale liberté de fournisseur.

CONCLUSION

Le cahier des charges est un document fondamental dans la création d'un site internet. Il requiert de votre part engagement et réflexion sur votre projet et c'est à ces conditions seulement que vous pourrez obtenir une offre pertinente et adaptée à vos desideratas.

DAPIWEB, en tant qu'agence web à Liège, engage toute son attention à votre écoute afin de vous proposer la solution la plus adaptée à vos objectifs.

CAHIER DES CHARGES

Cahier des charges pour la réalisation du site

Date de rédaction :

Nom de la société :

Adresse de la société :

Personne de contact (nom, fonction, adresse, téléphone, email) :

OBJET

SOCIETE

Présentez votre entreprise en quelques éléments clés : histoire, origine, activité

DAVID RUBENS - DAPIWEB
TVA BE 0842.742.136.
AVENUE DE LA GRANDE ROTISSE 45 4030 LIEGE
+32 498 59 55 08
david.rubens@dapiweb.com
www.dapiweb.com



CHIFFRES

Donnez quelques chiffres clés : CA, nombre de salariés, ...

DAVID RUBENS - DAPIWEB
TVA BE 0842.742.136.
AVENUE DE LA GRANDE ROTISSE 45 4030 LIEGE
+32 498 59 55 08
david.rubens@dapiweb.com
www.dapiweb.com



POSITIONNEMENT CONCURRENTIEL

Quels sont vos 3 principaux concurrents, quel est l'élément différenciant de votre activité/de votre communication, quel est votre positionnement de gamme-haut/bas/milieu-, ou votre niveau de service-sur mesure/pré fabriqué.

DAVID RUBENS - DAPIWEB
TVA BE 0842.742.136.
AVENUE DE LA GRANDE ROTISSE 45 4030 LIEGE
+32 498 59 55 08
david.rubens@dapiweb.com
www.dapiweb.com



CONTEXTE

Quel est l'élément déclenchant du projet ? Dans quel contexte et de quel besoin est né le projet de site Web (communication, commercial, marketing, juridique, organisationnel, stratégique, concurrentiel) ?

DAVID RUBENS - DAPIWEB
TVA BE 0842.742.136.
AVENUE DE LA GRANDE ROTISSE 45 4030 LIEGE
+32 498 59 55 08
david.rubens@dapiweb.com
www.dapiweb.com

CIBLES ET OBJECTIFS

Identifier, par ordre de priorité, les deux ou trois cibles principales en détaillant :

- Profil sociodémographique
- Besoins/attentes
- Nature du service que nous leur offrons
- Autres moyens de communication actuellement utilisés pour les atteindre
- Le type d'action que l'on attend d'eux sur le site : achat, appel téléphonique, inscription, signature d'une pétition, etc.

ANALYSE DE L'EXISTANT

Lister les outils de communication physiques ou interactifs qui existent déjà : logo et identité visuelle, plaquettes, courriers, prospectus, courriels avec nom de domaine, affichage, site Web, intranet, extranet, blog, newsletter, compte sur les réseaux sociaux, etc.

Définir les outils à conserver ou supprimer.

Comment interfacer le nouveau site avec celui existant ?

Faut-il assurer la reprise des données dans le projet ?

PILOTAGE

CHEF DE PROJET CLIENT

Identifiez en interne les personnes chargées de suivre le projet (ex. équipe communication/marketing). Il s'agit généralement des personnes qui ont initié le projet, ou qui ont été chargées de le mettre en œuvre.

Votre interlocuteur sur ce projet aura pour rôle de :

- Définir et rédiger (ou valider) les besoins
- Définir le planning, le budget et s'assurer qu'ils sont respectés
- Faire l'interface entre les clients et le pilotage technique

DECISIONNEL METIER

Identifiez les personnes chargées de valider chacun des aspects du projet. La liste des points nécessitant validation dépend de vos compétences internes et de votre organisation :

Des phases de validation impliqueront différents intervenants au sein de notre structure :

- *Validation budgétaire : directeur général ?*
- *Validation des contenus : directeur de la communication ?*
- *Validation graphique : directeur artistique ?*
- *Tests fonctionnels : équipe communication ?*

PRESTATIONS ATTENDUES

SUIVI ET MAINTENANCE

Le prestataire proposera une solution de suivi et de maintenance du projet. La facturation peut prendre la forme d'un forfait, de tickets prépayés ou d'interventions au coût par coût. La maintenance doit prendre en compte :

- *La hotline (pour l'ensemble des utilisateurs ou un contact unique qui centralise les demandes)*
- *La surveillance du fonctionnement des systèmes (alertes en cas de défaillance)*
- *La mise en place de correctifs en cas de bug*
- *L'installation des mises à jour de sécurité*
- *D'éventuelles mises à jour fonctionnelles (ajout de fonctionnalités)*
- *Le suivi de la sauvegarde*

CONTRAINTES ET RISQUES

CONTRAINTES TECHNIQUES

Si nécessaire, indiquez ici les exigences techniques du projet : langage de développement, hébergement sur un serveur existant, interfaçage avec un Intranet, etc.

Le prestataire doit-il assurer la reprise de l'existant ?

RISQUES ET POINTS DE SURVEILLANCE

Si le projet comporte des risques spécifiques (en dehors des risques budgétaires et des délais), indiquez-les. Ex :

- Paiement en ligne : veiller à la sécurité des transactions
- Données sensibles : prévoir une anonymisation/cryptage
- Emission de reçu fiscal : empêcher la génération d'un reçu non valide

MODALITES

PLANNING PREVISIONNEL

Si des dates sont déjà arrêtées, les indiquer au prestataire. Sinon, Le prestataire devra proposer un planning détaillé incluant :

- Les principales étapes de conception-réalisation qui découpent le projet
- Les éventuelles « versions » si l'ensemble des fonctionnalités ne peut être intégré en une étape
- Les dates butoir pour le rendu des livrables
- Les réunions et phases de validation (en précisant les phases de recette qui solliciteront nos équipes)

LIVRABLES ATTENDUS

Le prestataire précisera les éléments de validation qu'il fournira au long du projet, par ex. :

- *Proposition commerciale initiale*
- *Proposition d'architecture/arborescence*
- *Maquettes graphiques ou fonctionnelles*
- *Version de test/démonstration*
- *Mode d'emploi*

DAVID RUBENS - DAPIWEB
TVA BE 0842.742.136.
AVENUE DE LA GRANDE ROTISSE 45 4030 LIEGE
+32 498 59 55 08
david.rubens@dapiweb.com
www.dapiweb.com



ENGAGEMENTS DU PILOTE METIER

Le prestataire détaillera les éléments que nous devons fournir, la date de rendu ainsi que le format attendu.

Généralement les éléments à fournir incluent : documents, plans, codes d'accès, information, rapports, supports numériques

DAVID RUBENS - DAPIWEB
TVA BE 0842.742.136.
AVENUE DE LA GRANDE ROTISSE 45 4030 LIEGE
+32 498 59 55 08
david.rubens@dapiweb.com
www.dapiweb.com



BUDGET

Si le budget a déjà été défini, l'indiquer.

Si vous souhaitez avoir une proposition :

Le prestataire fera une offre de tarifs correspondant à l'ensemble des prestations définies dans le présent cahier.

DAVID RUBENS - DAPIWEB
TVA BE 0842.742.136.
AVENUE DE LA GRANDE ROTISSE 45 4030 LIEGE
+32 498 59 55 08
david.rubens@dapiweb.com
www.dapiweb.com